

## DAFTAR PUSTAKA

- Admojo, T., & Sunyoto, D. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen / Danang Sunyoto. *Jakarta: PT Buku Seru*.
- Charlesworth, M. (2019). Social media and online communities of practice in anaesthesia education – a reply. In *Anaesthesia* (Vol. 74, Issue 9). <https://doi.org/10.1111/anae.14765>
- Creswell, J. (2012). educational Reseach. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The Sage handbook of qualitative research. *Sage Publications*.
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1). <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Kemp, S. (2023). *Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia*. <https://Datareportal.Com/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Marketing Management Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>
- Liu, C. L. (Eunice), Zhang-Zhang, Y., & Ghauri, P. N. (2020). The influence of internet marketing capabilities on international market performance. *International Marketing Review*, 37(3). <https://doi.org/10.1108/IMR-04-2018-0146>
- Maria, S., Pusriadi, T., & Darma, D. (2020). The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i3.6373>
- Morrison, M. A. (2012). Metode penelitian survei. Kencana. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1). <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>

- Otok, B. W., & Ratnaningsih, D. J. (2016). Pengumpulan Data dan Penyajian Data. In *Universitas Terbuka*.
- Prawira, Y. S., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Citra Merek, Atmosfer, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(11).
- Putri, F., Widyatmaja, I. G. N., Rahyuda, I., Studi, P., Iv, D., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan brand awarness pengelola manajemen vila di bali coconut living. *Jurnal Kepariwisataan Dan Hospitalitas*, 3(1).
- Quesenberry, K. A. (2016). Fix Your Social Media Strategy by Taking It Back to Basics. *Harvard Business Review Digital Articles*.
- Rukin. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Sharma, K., & Kumar, P. (2018). Book review: Tracy L. Tuten and Michael R. Solomon, Social Media Marketing. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 22(2). <https://doi.org/10.1177/0972262918766148>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *JURNAL SOSIAL HUMANIORA*, 9(2). <https://doi.org/10.30997/jsh.v9i2.1382>
- Sugiyono. (2016). Sugiyono, Metode Penelitian. *Uji Validitas*.
- Sutariningsih, N. M. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2021). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Sutikno, S. (2020). Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan CS Finance Cabang Tangerang). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3(No. 1).
- Yusfiarto, R., & Pambekti, G. T. (2019). Do Internet Marketing Factors with Islamic Values Improve Some Performance? *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4). <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1101>